



Medietilsynets spørsmål om mediestøtte - generelt

Det er behov for en ny støtteordning i tillegg til eller til erstatning for dagens produksjonsstøtte.

- Ordningen bør være generell og i prinsippet åpen for alle nyhets- og aktualitetsmedier som fyller pressens samfunnsrolle, etter nærmere kvalitative regler.
- Må være en demokratistøtte for journalistikk og bidra til å fjerne blindsoner ved at hele landet blir dekket av redaktørstyrte medier (geografiske blindsoner) og at alle viktige tematiske spørsmål blir dekket (tematiske blindsoner)
- Må bidra til å sikre mediemangfoldet og konkurransen. Fortrinnsvis indirekte av type 0-AGA og 0-moms.

All journalistikk bør omfattes av fritaket for mva, også nisjejournalistikk og ett-tema-tilbud.

- Hvorfor får NRK fullfinansiert satsingen på nisjeprodukter over statsbudsjettet mens de redaksjonelle nyhetsmediene blir avskåret/utestengt fra støtte med tilsvarende innhold/journalistikk?

Dagens produksjonsstøtte må økes, om målene med ordningen skal realiseres.

- Det er riktig og viktig at lokale medier får støtte på minst det nivået som nå er etablert.
- Det er riktig og viktig at det gis støtte som sikrer konkurranse på flest mulig steder.

Åpne allmenne støtteordninger er bedre enn tematisk ad-hoc-støtte av type innovasjonsstøtte

Produksjonsstøtten – fordeling og innretning

Amedia mener produksjonsstøtten bør utvides. Må ha fornuftig balanse mellom ulike mottakergrupper.

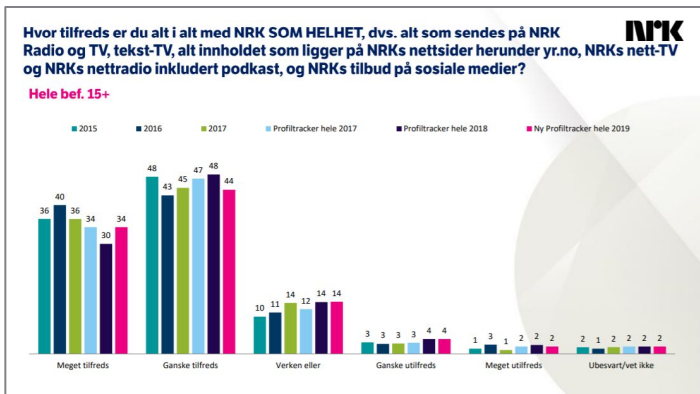
- Dagens fordeling mellom ulike støttemottakergrupper er i utgangspunktet tilfredsstillende.
- Riktig å øke støtten til lokalmediene – og at det skjedde uten at det førte til reduksjoner for nummertø-mediene.
- Om ikke alle kan tilgodeses med økt støtteramme, bør neste (nødvendige) utvidelse av produksjonsstøtten gå til nummertø-mediene.
- Flere nummertø-medier gir økt mediemangfold, økt konkurranse og styrker demokratiet og samfunnsdebatten.
- Støtte til flere nummertø-medier er i tråd med formålet med produksjonsstøtten.

Produksjonstilskuddet skal stimulere til et mangfold av nyhets- og aktualitetsmedier karakterisert av høy kvalitet og uavhengig journalistikk, inkludert medier i markeder som er for små til å være bærekraftige og alternativer til de ledende mediene i større markeder.

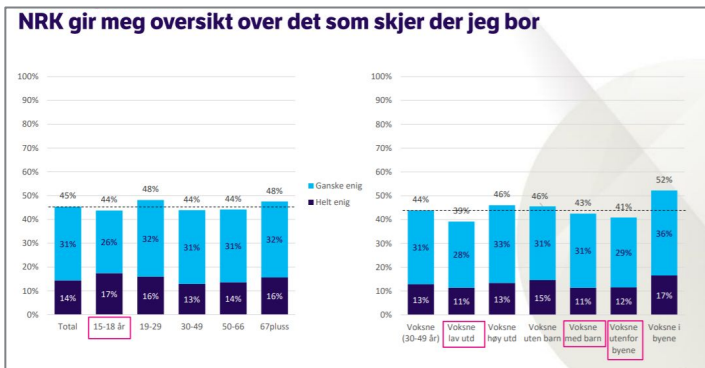
Behov for opprydding og klargjøring av flere forhold i dagens forskrifter om produksjonsstøtten

- Behov for ny forståelse av hva et **hovedmedium** er (økonomisk omsetning eller opplag/bruk?)
- Behov for en ny definisjon og forståelse av **digitale utgaver** (ikke objektive kriterium)
- Behov for å fjerne eller skape en ny forståelse av «**egenproduksjon**» (fellesredaksjoner? Felles debattsider? etc)
- Behov for å vurdere om innslags- og utslags**grenser for opplag** for å være kvalifisert for støtte er riktig (1000 og 6000)
- Behov for å vurdere og klargjøre reglene om årsoverskudd og driftsmargin.

Slik møter vi NRK – mer enn trad radio&TV og nrk.no



- Lineært fjernsyn (5)
- Radio (13 nasjonale + 10 distrikt)
- Strømmetjenester
- AV bestillings-tjenester tv (ink.19 YouTube kanaler)
- AV bestillings-tjenester radio (ink podcast, Spotify)
- Nett - NRKs egne sider
- Nett via tredjeparts-plattformer (47 FB, 57 Instagram, 40 Twitter, 19 YouTube)
- Mobilapplikasjoner – permanente og midlertidige



- 10 distriktskontorer
- 50 kontorer utenfor Oslo totalt
- 900 medarbeidere utenfor Oslo, hovedsakelig redaksjonelle.
- 6 timer distriktssendinger radio hver dag
- 20 min distriktssendinger tv hver dag
- Dedikerte nettsider distriktskontorene, hele døgnet
- Omfattende publisering på Facebook /sosiale medier

NRK har 47 sider på Facebook

NRK anslår at de f.eks. publiserer 210 timer video hvert år bare på Facebook



47 120 personer liker dette, deriblant 23 av vennene dine

62 141 følgere

NRK Finnmark ✓
@NRKFinmark · Kringkastings- og medieproduksjonsselskap

[Kontakt oss](#)

nrk.no

Finnmarksavisene har et samlet opplag på 31.655 og har 63.000 daglig lesere



86 026 personer liker dette, deriblant 31 av vennene dine

88 478 følgere

NRK Vestland ✓
@nrkvestland · Kringkastings- og medieproduksjonsselskap

[Kontakt oss](#)

Vestlandsavisene har et samlet opplag på 276.993. Den største, BT, har 84.102



103 846 personer liker dette, deriblant 35 av vennene dine

114 832 følgere

NRK Nordland ✓
@Nrknordland · Kringkastings- og medieproduksjonsselskap

[Kontakt oss](#)

nrk.no

Sid Nordlandsavisene har et samlet opplag på 94.323. Den største, AN, har 22.210



49 970 personer liker dette, deriblant 35 av vennene dine

50 905 følgere

NRK Vestfold og Telemark ✓
@nrkvestfoldogtelemark · Kringkastings- og medieproduksjonsselskap

[Send melding](#)

Vestfold og Telemarkavisene har et samlet opplag på 138.810. Den største, TB, har 23.716

NRK har 19 egne kanaler på YouTube



NRK ✓

291k abonnenter • 2 691 videoer

Dette er NRKs offisielle YouTube-kanal. Her finner du klipp og smakebiter fra våre TV-programmer. Vil du se hele programmer ...



NRK Humor ✓

113k abonnenter • 1 151 videoer

Her finner du klipp og smakebiter fra NRKs humorprogrammer. Hele humorprogrammer finner du på <http://tv.nrk.no>.



NRK Unormal

77,2k abonnenter • 105 videoer

Ein kanal der vi snakkar om kropp og identitet. Føler du deg unormal? Då er du heilt vanleg. Programleiarar er Lydia Gieselmann ...



NRK 4ETG

100k abonnenter • 261 videoer

4ETG er et humorkollektiv som lager akkurat det de vil. Programlederne Martha Leivestad, Annika Momrak, Magan Gallery og ...



NRK FlippKlipp ✓

182k abonnenter • 1 077 videoer

NRK FlippKlipp ledes av Victor Sotberg og Christopher Robin Omdahl, og produseres av NRK Super. Vi legger ut gaming, fiksjon, ...



NRK Super ✓

79,5k abonnenter • 267 videoer

Dette er NRK Supers offisielle YouTube-konto. Vi legger ut musikkvideoer, promoer, nye og gamle klassikere fra Barne-TV og ...



NRK Nyheter

12,8k abonnenter • 128 videoer

NRK Nyheter's YouTube-kanal oppdaterer deg på nyheter som er relevant for unge voksne. Programlederne er Sarah Ystanes, ...

NRK – spørsmål ønsker svar på

Tekstbasert virksomhet

- Skal NRK ha ubegrenset adgang til å **publisere og engasjere seg i tekstbaserte medier**, i direkte konkurranse med private medier? Eller skal tekstbasert virksomhet begrenses til det som naturlig springer ut av radio-og tv-produksjonen?
- Hvorfor skal NRK gå i **konkurranse med private medier gjennom tekstbaserte medier** i markeder som godt dekket?

Tredjepartsplattformer og innholdsdeling

- Skal NRK ha **ubegrenset rett til å publisere** innholdet sitt på **tredjeparts plattformer**? Som feks YouTube, Facebook, Snapchat osv.
- Hvilken **økonomisk effekt har det for de globale aktørene** at NRK velger en massiv distribusjon av sitt eget innhold gjennom disse plattformene? Og hvilken effekt har det i det norske annonsemarkedet og for de private redaktørstyrte mediens inntekter? Er publisering gjennom sosiale medier i tråd med NRKs **selvstendige ansvar for å ivareta mediemangfoldet**?
- Hvorfor kan ikke NRK **dele/tilgjengeliggjøre sitt innhold/publisere/distribuere sitt innhold gjennom norske redaktørstyrte medier på like vilkår** med distribusjonen gjennom ikke-redaktørstyrte internasjonale medier?

Blindsoner

- Hvilket ansvar skal NRK ha for å forebygge redaksjonelle blindsoner?
- Skal ansvaret være knyttet til kun tematiske blindsoner? Eller skal NRK også ha et ansvar for å hindre lokale geografiske blindsoner i Norge?
- Hvor dypt ned i den norske geografiene kan NRK etablere seg?